Opłata pocztowa uiszczona ryczałtem.

Rok 5. Warszawa, 19 listopada 1927 roku. № 47.

PRZEMYSŁ PIWOWARSKI

ORGAN CENTRALNEGO ZWIĄZKU PRZEMYSŁU PIWOWARSKIEGO I SŁODOWNICZEGO W RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

REDAKCJA i ADMINISTRACJA — Warszawa, Wiejska 17. — Telefon 5-96. Otwarta od 1 do 3 po poł.

Rokowania handlowe z Niemcami.

W niedługim czasie rozpoczną się pertraktacje między delegacją naszego Rządu a Niemcami, w sprawie stawek celnych przyszłego traktatu handlowego. Jest to sprawa nieobojętna dla przemysłu piwowarskiego. Cło na piwo i słód jest punktem ciężkości naszych zainteresowań.

Jeżeli traktat byłby zawarty na podstawie klauzuli najwyższego uprzywilejowania, co jest bardzo prawdopodobne, cło na piwo wywożone z Niemiec do Polski korzystałoby z tych samych zniżek, co piwo przywożone z Czechosłowacji. Piwo nasze wywożone do Niemiec opłacałoby te same opłaty celne, co piwo pilzeńskie.

Nie ulega wątpliwości, że po zawarciu traktatu, browary niemieckie zechcą nawiązać kontakt z rynkami, które przed wojną nie były im obce, a w zniżonych stawkach celnych znajdą dużą pomoc. Dużą czujność w tym wypadku powinna wykazać nasza delegacja, ażeby umożliwić naszym browarom penetrację na rynki niemieckie, tak dla słodu, jak i dla piwa.

Wywóz piwa naszego do Niemiec już dziś możemy w przybliżeniu określić na około 150.000 Htl., a to tylko na podstawie przewidywań opartych na stosunkach przedwojennych. W pierwszym rzędzie, co do wywozu musimy uwzględnić browary Górnego Śląska, które część swojego rynku posiadają po stronie niemieckiej. Nie tylko klijentela niemiecka przywykła do piwa browarów leżących na polskim Górnym Śląsku, ale i stan posiadania naszych browarów po tamtej stronie granicy wskazuje na możliwości wywozu. Tylko jeden z wielkich Śląskich browarów na niemieckiej stronie posiada cały szereg nieruchomości, mieszczących hurtowe składy piwa, a prócz tego kilkanaście zakładów wyszynkowych; teren do wywozu ma zatem jaknajlepiej przygotowany.

Portery Małopolskie już przed wojną znane były na rynkach niemieckich i cieszyły się zasłużoną dobrą opinją. Wznowienie tych stosunków handlowych z niemieckimi odbiorcami stanie się więc aktualne, a bezwątpienia browary nasze zdobędą się na bardzo duży wysiłek, ażeby doprowadzić wywóz do norm przedwojennych.

Piwo grodziskie, jako specjalny typ piwa bardzo przed wojną rozpowszechnionego w całych Niemczech o ustalonej reputacji, może liczyć na ogromny wywóz. Jak piwo grodziskie jest na rynku niemieckim poszukiwane, świadczy chociażby fakt, że cały szereg browarów niemieckich produkuje piwo naśladujące piwo grodziskie, które, pod mniej lub więcej zmienioną nazwą, cieszy się dużym popytem.

Jak z powyższego widzimy możliwości wywozowe dla naszego piwowarstwa są poważne, co bezwątpienia wezmą pod uwagę czynniki miarodajne.

Jeszcze poważniej zapowiada się wywóz słodu.

Nadmiar jęczmienia browarnego, który wywozimy do Niemiec, przedstawia poważną pozycję w naszym bilansie handlowym. Nie potrzeba chyba udowadniać, że wywóz tegoż jęczmienia w postaci uszlachetnionej jest ze wszechmiar pożądany i że korzyści stąd płynące zaważą na szali naszego życia gospodarczego. Uruchomienie nieczynnych dziś słodowni i budowa nowych może postawić tę gałąź przemysłu na właściwym poziomie odpowiednim do miejsca, jakie zajmujemy pod względem produkcji jęczmienia browarnego. W razie, gdyby traktat z Niemcami w szerokim zakresie nie ułatwił nam wywozu słodu do Niemiec, słodownictwo nasze byłoby skazane na dalszą wegetację, a rozwój uprawy jęczmienia browarnego znalazłby się pod znakiem zapytania.

Rozwój wywozu słodu do Niemiec wytworzy znaczne zapotrzebowanie rąk roboczych, których zawsze mieliśmy i mamy nadmiar. Przerób 17.000 wagonów jęczmienia, to jest tej ilości jaką mniej więcej wywozimy, daje zapotrzebowanie $8^1/_2$ miljona godzin pracy, czyli zatrudnia 4.400 robotników w ciągu ośmiomiesięcznej kampanji słodowniczej. Zapotrzebowanie węgla wynosi około 340.000 wagonów, co znów daje zatrudnienie robotnikom w górnictwie. Jako tania i dobra pasza pozostaje w kraju na użytek hodowli zwierząt domowych 850 wagonów pośladu, 374 wagony kiełków słodowych [1]).

Jak z powyższego wynika nasze zainteresowanie się rynkiem niemieckim ma podstawy realne i nie jest wytworem wyobraźni. Zrealizowanie możliwości wywozowych naszego przemysłu, leży obecnie w rękach komisji pertraktującej z Niemcami.

---

[1]) Obliczenia zaczerpnięte z art. prof. inż. Tadeusza Chrząszcza. ("Przem. Piw." Nr. 1, kwiecień 1925 rok).

O WIELKICH BROWARACH.

Mając dużo do czynienia z browarami, często zdarza mi się słyszeć narzekania małych i średnich browarów na współzawodnictwo browarów wielkich, wyrabiających rocznie około, lub więcej niż 200.000 hektolitrów. Szczególniej gorzkie są narzekania w chwili, gdy wielki browar sadowi się na nowym rynku, znajdującym się dotychczas całkowicie w sferze działania jednego lub kilku browarów mniejszych.

Narzekania te, z punktu widzenia browaru małego, mają pewne uzasadnienie, są jednak niesłuszne. Zważmy przecież, że 5 wielkich browarów, produkujących 66% całej ilości spożywanego w Polsce piwa, nie może ograniczyć się do rynku miejscowego i musi szukać rynku zbytu na całem terytorjum państwa. Niedorzecznością byłoby wymagać od tych ogromnych przedsiębiorstw, ażeby dla dobra browarów małych i średnich popełniły samobójstwo. Takiego poświęcenia nikt od przemysłu wymagać nie może.

Współzawodnictwo browarów wielkich z małymi nie odbywa się przecież na płaszczyźnie konkurencji cenami i piwa wielkich browarów są wszędzie droższe od piw miejscowych. Odpada zatem nadzwyczaj drażliwy moment konkurencji, a współzawodnictwo polega głównie na jakości produktu i jego marce. Niema takiej gałęzi przemysłu, w którejby jakość towaru odgrywała tak ważną rolę we współzawodnictwie, jak piwowarstwo. Tu właśnie browary wielkie mają przewagę, której jednakże nikt za złe brać nie może, a tembardziej piwowar. Współzawodnictwo jakością piwa dla browarów małych i średnich może być tylko podnietą, a nieraz i przymusem do wysilków zmierzających do poprawy gatunku swego produktu. Browar mały, rozumiejący tę twardą konieczność, mając tańsze warunki pracy, gdyż odpadają chociażby koszty przewozu, i sprzedając piwo po cenach niższych, nie potrzebuje obawiać się konkurencji. Zawsze znajdą się spożywcy piwa droższego i piwa tańszego, o ile oczywiście to ostatnie pod względem jakości nie będzie stało zbyt nisko.

Wprowadzenie zatem na rynek piwa „z marką" ma dla małego browaru nietylko tę dobrą stronę, że pobudza do konkurencji jakością towaru, ale wpływa również dodatnio na spożycie piwa w danej miejsowości. Niejeden spożywca niezadowolony z piwa miejscowego spożywa go mniej, aniżeli, gdy ma do wyboru piwa różnego pochodzenia. Za pewnik uchodzi twierdzenie, że dwa miejsca sprzedaży, współzawodniczące ze sobą łącznie, sprzedadzą więcej towaru, aniżeli jedno wtedy, gdyby nie miało współzawodnika i istniało tylko samo.

Wprowadzenie nowego piwa „z marką" na rynek powiększa jego pojemność i wzmaga spożycie, co naogół wpływa dodatnio na nasz przemysł. Współzawodnictwo jakością jest stałym czynnikiem przyrostu spożycia i nieprawdopodobne jest, ażeby na tym przyroście nie zyskiwały również browary miejscowe, małe czy średnie.

Z drugiej strony muszę przyznać, że jest w kraju cały szereg browarów, dla których współzawodnictwo takie jest niemal śmiertelne. W każdym jednak przemyśle są takie przedsiębiorstwa bądź zaniedbane, bądź przeżyte, które w walce o odbiorców upaść muszą nawet przy najświetniejszych konjukturach, gdyż pod względem technicznym nie są w możności podążać za postępem, a prowadząc gospodarkę zabytkową, zamiast iść naprzód — narzekają.

Gdybyśmy nawet przypuścili, że wogóle w przemyśle piwowarskim zapanowały idylliczne stosunki i, że każdy browar na skutek wzajemnej umowy, obsługuje tylko własny rynek, to i w tym wypadku teren Polski musiałby mieć dwa podziały rynku [1]). Jeden podział rozgraniczałby rynki dla browarów małych miejscowych, drugi zaś — dla browarów wielkich, tak zwanych eksportowych.

BUTELKI PIWNE.

Kilkakrotnie już w Nr. Nr. poprzednich pisano o normalizacji butelek piwnych, kto czytał te artykuły przypomina sobie zapewne o zaletach systemu normalizacji wogóle, normalizacji zaś butelek do piwa w szczególności. Nigdzie pozatem nie napotykaliśmy omawiania wad, jakie ten system posiada. A jednak sprawa standaryzacji butelek upadła i nasze związki dzielnicowe nie mogły, co do tej sprawy, uzgodnić swoich opinji. Znakomita większość browarów, po gorzkiem doświadczeniu z butelkami firmowemi i po szeregu protokółów karno - skarbowych, chętnie widziałaby wznowienie tej sprawy na terenie C. Z. P. P. i S. Wobec niepowodzenia poprzedniej koncepcji,

[1]) Któreby się wzajemnie pokrywały.

która miała za podstawę przymus używania w handlu piwem butelki normalizowanej, należałoby obecnie postawić ją inaczej.

Przymus rozlewania piwa w butelki, takiego właśnie typu, a nie innego, jest do pewnego stopnia gwałtem wolności handlu i może dla niektórych bardzo znanych browarów byłby naprawdę niepożądany chociażby tylko narazie.

Uważaćby należało za wskazane ażeby normalizacja butelki piwnej nie nosiła charakteru obowiązującego, a jedynie polecający. Wyobraźmy sobie, że C. Z. P. P. i S. ustala typ butelki piwnej, odpowiadający pewnym wymaganiom pod względem formy, jakości, wagi i pojemności, opatrzony znakiem normalizacyjnym i poleca browarom, zwolennikom jednolitego typu, używanie takich, a nie innych butelek. Te zaś browary, które zechcą posiadać swoje butelki, opatrzone firmą lub fabrycznemi znakami browaru, miałyby zupełnie wolną rękę.

Korzyści zatem płynące z normalizacji butelek, przystępne byłyby dla każdego, a w niczemby nie krępowały tych browarów, które pod tym względem zechcą zachować swoją indywidualność.

Dobrze byłoby ażeby sprawę tę rozpatrzono powtórnie na zebraniu Zarządu C. Z. P. P. i S., a przekonani jesteśmy, że w tem oświetleniu normalizacja butelek piwnych nie napotka sprzeciwu.

Głęboko przekonani jesteśmy, że z czasem znaczna większość browarów przekona się o zaletach butelki normalizowanej i, że po niedługim czasie, butelki firmowe, które dziś tylko przysparzają browarom kłopotu, zupełnie znikną z rynku piwnego.

Ustanowienie jednolitego typu butelki, o ile ma liczyć na powodzenie, uwzględniać musi wszystkie rodzaje zatworów, pojemności zwyczajowe, zgodnie z przepisami kontroli skarbowej, głównie zaś dotyczyć winno kształtu, wagi i jakości. Cena, możność wyrobu na skład i łatwość wymiany u naszych odbiorców będą bardzo silnemi propagatorami nowej piwnej butelki.

NOWY TRUNEK W SUCHEJ AMERYCE.

Pisma amerykańskie, poświęcone propagowaniu prohibicji, z oburzeniem stwierdzają, że studenci uniwersytetu amerykańskiego w Poughkeeps, nie mogąc raczyć się w swojej ojczyźnie nawet takim napojem, jakim jest piwo, wynaleźli napój podniecający zwany „Aspirin Coctail".

Napój ten składa się z roztworu znanego preparatu wzmacniającego „Coca-cola" i aspiryny.

Fanatycy prohibicjoniści dzwonią na alarm, że młodzież truje się nowym trunkiem, nie bacząc na to, że zakazem sprzedaży piwa sami podsuwają społeczeństwu takie trucizny. Na wezwanie prohibicjonistów policja, mająca czuwać nad przestrzeganiem prawa o prohibicji, nie reaguje, gdyż nowy ten napój nie zawiera ani kropli alkoholu.

PIWO W AMERYCE.

Senator amerykański Wagner z Nowego Yorku, podczas interwiewu udzielonego przestawicielowi „Associated Press", wyraził przekonanie, że po wyborach prezydjalnych 1928 roku Stany Zjednoczone przywrócą wolność handlu piwem i lekkiemi trunkami i, że najdalej za pięć lat, prawo prohibicji zostanie całkowicie zniesione.

„W ostatnich miesiącach — mówi — daje się zauważyć duża zmiana w poglądach narodu amerykańskiego na prawo prohibicyjne. Wielu dawniejszych obrońców tego prawa, wobec Kongresu i ludności, są dzisiaj zdania, że ze względu na dobro publiczne w prawie o prohibicji należy dokonać pewnych zmian. Do tej pory w Kongresie bardzo rzadko spotykało się otwartych przeciwników prohibicji, a dziś powstała już partja t. zw. „mokrych", której członkowie należą do obydwóch wielkich ugrupowań politycznych. Partja „mokrych" zyskuje na sile i posiada coraz większe wpływy. Z drugiej strony z całą niemal pewnością można twierdzić, że grupa demokratyczna na przyszłych wyborach prezydjalnych wybierze kandydata „mokrego" i w hasłach programowych pomieści zniesienie prohibicji. W ten sposób grupa republikańska stanie wobec zagadnienia „sucho" czy „mokro?" Zmiany te mają swe źródło w utwierdzonem przeświadczeniu, że prohibicja, w tem ujęciu prawnem, jakie dziś obowiązuje, nie da się wprowadzić w życie. W Stanach Zjednoczonych pije się wszędzie, i u nas spotyka się więcej pijaków, aniżeli w Europie, a nawet więcej, aniżeli przed wprowadzeniem prohibicji.

Europejscy zwolennicy trzeźwości dużoby się nauczyli, gdyby przybyli przyjrzeć się Stanom Zjednoczonym i jestem przekonany, że powróciliby do siebie już jako przeciwnicy prohibicji".

KORZYŚCI PROHIBICJI DLA SĄSIADÓW.

„Saazer Zeitung" w Nr. 22 publikuje niezmiernie zabawny artykuł o wzbogacających się sąsiadach „suchych" Stanów Zjednoczonych, dzięki wprowadzeniu prohibicji. Między innemi, jest tam mowa o małej wysepce i małem miasteczku, należącem do archipelagu Bahamas, położonego tuż przy wybrzeżu Floridy. Wysepka zwana New - Providence należy do Anglji, a znajdujące się na niej miasteczko Nassau jest siedzibą gubernatora brytyjskiego.

W 1918 roku, pisze „Saazer Zeitung", Nassau było maleńką mieściną z niezabrukowanemi uliczkami, bez światła elektrycznego, ani żadnych współczesnych urządzeń. Dochody nie pokrywały urzędowych wydatków. Wprowadzono jednak prohibicję w Stanach Zjednoczonych i odrazu wszystko zmienia się nie do poznania.

Nassau staje się jedną z głównych kwater przemytników alkoholu. Prawdę mówiąc, anglicy, ciągnąc również korzyści z tego handlu, nie zasługują na to miano, gdyż prowadzą tu zasługujący na szacunek handel przywozowo-wywozowy. Sprzedają whisky i inne trunki amerykanom i innym cudzoziemcom, a co się dalej dzieje z towarem jest dla nich obojętne. Napoje zakazane przewożą na swoje ryzyko pośrednicy do którejkolwiek z licznych zatok wybrzeża Floridy.

Wystarczy rzut oka na urzędowe wykazy komory celnej w Nassau, ażeby zdać sobie sprawę z ogromu tego handlu. W 1918 roku przywieziono z Anglji 20.500 galonów napojów wyskokowych (około 93.000 litrów), a w roku 1925 przywieziono 518.164, — i to tylko z samej Anglji. W roku 1918 z opłat celnych za trunki wpłynęło 90.000 dolarów, a w roku 1925 — 3.500.000 dolarów. Dzisiaj Nassau jest już miastem współczesnem, wyposażonem w piękne ulice, światło elektryczne, wiekie hotele i teatry.

Mniej więcej tak samo się dzieje na Haiti, Curacao, Martynice, Gwadalupie i t. p. Na Kubie w 1918 r., t. j. przed prohibicją, sprowadzano 3.529 galonów angielskiej whisky (16.000 litrów). W 1926 r. wysepka ta sprowadziła 120.866 galonów whisky, czyli niemal czterdzieści razy tyle.

Nigdzie jednak prohibicja amerykańska nie wywołała takiego przewrotu, jak na dwu maleńkich wysepkach, należących do Francji, zwanych wyspą Św. Piotra i Miquelou. Ongiś odwiedzane zaledwie przez ubogich rybaków, stały się miejscem spotkań przemytników amerykańskich, angielskich i włoskich. Ubogie chaty rybackie przeistoczyły się w ogromne składy, a sami rybacy znaleźli zajęcie bardziej dochodowe.

Dotychczas jednak w żadnej z tych miejscowości nie stanął pomnik Volstead'a, twórcy ustawy prohibicyjnej. Niewdzięcznicy!

Urząd Starszych Zgromadzenia Piwowarów odbędzie sesję Mistrzów w dniu 26 listopada r. b. o godzinie 18-ej w sali cechowej Magistratu m. st. Warszawy.

WĘGRY 1926 27.

Podług ostatnich danych statystycznych produkcja piwa w roku 1926/27 na Węgrzech wynosiła 690.201 hektolitrów, z czego około tysiąca hektolitrów wywieziono poza granice kraju. W roku poprzednim wyprodukowano tylko 454.842 Htl. („Saazer Zeitung").

Centralny Związek Przemysłu Piwowarskiego i Słodowniczego w Rzeczypospolitej Polskiej.

PIWOWARSKA PRACOWNIA ANALITYCZNA.

Jak donosiliśmy w Nr. 46 została otwarta w lokalu przy ulicy Wiejskiej Nr. 17 m. 2 specjalna Piwowarska Pracownia Analityczna. Opłaty za rozbiory wyznaczono jaknajniższe, a niezależnie od tego wprowadzono abonament ze znacznem ustępstwem dla częściej dokonywanych rozbiorów.

ROZBIÓR	Opłaty zwyczajne		Opłaty dla Członków Zw. Wł. Brow. w Polsce	
	Za 1 rozbiór	Abonam. za 10 rozbior. w term. 6 mies.	Za 1 rozbiór	Abonam. za 10 rozbior. w term. 6 mies.
	Zł.	Zł	Zł.	Zł.
Kategorja a.				
1. Jęczmień: mechaniczny	15.—	125.—	10.—	75.—
2. „ ilość białka	15.—	125.—	10.—	75.—
3. Słód: mechaniczny i chemiczny	15.—	125.—	10.—	75.—
4. „ stosunek cukrów „ do niecukrów	15.—	125.—	10.—	75.—
5. Piwo: chemiczny	15.—	125.—	10.—	75 —
6. „ biologiczny	15.—	125.—	10.—	75.—
7. Drożdże: biologiczny	15.—	125.—	10 —	75.—
8. Masa filtracyjna	15.—	125.—	10.—	75.—
9. Chmiel	15 —	125.—	10.—	75.—
10. Żywica	15.—	125.—	10.—	75.—
Kategorja b.				
11. Woda: chemiczny	90.—	—	60.—	—
12. „ biologiczny	30.—	—	20.—	—
13. Chmiel: stosunek żywic α i β	30.—	—	20.—	—
14. Słodziny: chemiczny	30.—	—	20.—	—
Inne rozbiory podług umowy.				

Abonament na 10 rozbiorów kategorji **a**, wysyła pracownia po otrzymaniu należności pocztą lub przez P. K. O. pod adresem Związku Właścicieli Browarów w Polsce (P. K. O. 1041). Książeczka abonamentowa składa się 10 bonów ważnych w ciągu 6 miesięcy od daty wystawienia. Przy wysyłce próby do rozbioru należy załączyć bon abonamentowy.

Poznań 1929.

W związku z rokowaniami handlowemi o traktat polsko-niemiecki C. Z. P. P. i S. złożył w Ministerstwie Przemysłu i Handlu memorjał, w którym wskazuje na konieczność ułatwień celnych dla wywozu piwa i słodu do Niemiec.

Wpływy akcyzowe od piwa w miesiącu październiku wynosiły 1.075.839 zł. Spożycie piwa we wrześniu wynosiło 173.522 Htl., t. j. o 24.786 Htl. więcej, aniżeli w tymże miesiącu roku ubiegłego. Do dnia 1.X sprzedaż wynosiła:

Miesiące	1926	1927	Różnica
Styczeń	63278	78870	+ 15592
Luty	96091	98548	+ 2457
Marzec	102388	114516	+ 12128
Kwiecień	131183	126451	— 4732
Maj	143411	130484	— 12927
Czerwiec	188709	201357	+ 12648
Lipiec	203763	215539	+ 11776
Sierpień	157706	230315	+ 72609
Wrzesień	148736	173522	+ 24786
Razem	1235265	1369602	+ 13431

Zarządowi Centralnego Związku Przemysłu Piwowarskiego i Słodowniczego w R. P. udziela się do wiadomości na podanie z 21 października 1927 r.:

„Niektóre browary używają do wyrobu piwa barwnika „Sinamar", sprowadzanego z Niemiec przez firmę Karol Hessenmüller z Bydgoszczy. W prospekcie reklamowym jest zaznaczone, że barwnik ten jest wyrobiony z czystego słodu jęczmiennego, drożdży, chmielu i wody, zatem barwnik ten należałoby uważać za piwo barwiące w rozumieniu art. 12 ust. 3 ustawy o opodatkowaniu piwa. Używanie takiego piwa barwiącego do wyrobu piwa dolnej fermentacji jest dozwolone przy stosowaniu się do odpowiednich przepisów ustawy o opodatkowaniu piwa (art. 12 ust. 3 i art. 21) i rozp. wykon. do tej ustawy (§§ 49—51 i załącznik do § 9).

Dla kontroli, czy barwnik „Sinamar" jest rzeczywiście wyrobiony z jęczmiennego słodu, chmielu,

drożdży i wody i czy nie zawiera składników szkodliwych dla zdrowia, poleca się dopilnować, aby firma Karol Hessenmüller poddawała od czasu do czasu próbki tego barwnika badaniu Państw. Zakładu Badania Żywności i Przedmiotów Użytku lub Laboratorjum Chemicznego Dyrekcji P. M. S. i dołączała zawsze do sprzedawanych browarom przesyłek odpisy zaświadczeń tych Zakładów (Laboratorjum). Odpisy zaświadczeń będą służyć browarom do wykazania się przed władzami skarbowemi.

O wykonaniu powyższego polecenia należy tu donieść. Okólnik niniejszy rozesłany do wszystkich Izb Skarbowych."

CENY JĘCZMIENIA.

Warszawa.	12/XI.	41.50 — 42 zł.
Katowice.	10/XI.	49 — 51 zł.
	12/XI.	49 — 51 zł.
	14/XI.	49 — 52 zł.
	15/XI.	49 — 52 zł.
Lublin.	10/XI.	38 — 40 zł.
Lwów.	15/XI.	38 — 40 zł.
Łódź.	10/XI.	44 zł.
	15/XI.	42 zł.
Poznań.	12/XI.	39.50 — 42.50 zł.
	14/XI.	39.50 — 42.50 zł.
Wilno.	15/XI.	42 — 44 zł.
Berlin.	10/XI.	220 — 263 mk. n.
	11/XI.	220 — 263 „
	12/XI.	220 — 263 „
	14/XI.	220 — 263 mk. n.
	15/XI.	220 — 263 „
Hamburg.	10/XI.	11.40 flh. Dun. Ros.
	11/XI.	11.45 flh. „
	12/XI.	11.40 flh. „
	14/XI.	11.40 flh. „
	15/XI.	11.41 flh. „
	10/XI.	11.65 flh. La Plata
	11/XI.	11.70 flh. „
	12/XI.	11.70 flh. „
	14/XI.	11.80 flh. „
Chicago.	10/XI.	Malting 75 — 82 cts. za bushel
	11/XI.	Malting 73 — 82 cts. za bushel
	14/XI.	Malting 78 — 83 cts. za bushel
	15/XI.	Malting 76 — 85 cts. za bushel
Nowy York.	10/XI.	Malting 91½ cts. za bushel.
	11/XI.	Malting 93½ cts. za bushel.
	12/XI.	Malting 93½ cts. za bushel.
	14/XI.	Malting 94 cts. za bushel.
	15/XI.	Malting 94 cts. za bushel



CENA OGŁOSZEŃ: 1 str. Zł. 150.—; ½ str. Zł. 80.—; ⅓ str. zł. 60—; ¼ str. Zł. 45.— Zastrzega się zmianę cen ogłoszeń.

Redaktor: W. Adam. Wydawca: Centralny Związek Przemysłu Piwowarskiego i Słodowniczego w Rzplitej Polskiej.

Drukarnia i Litografja p. f. „JAN COTTY" w Warszawie, Kapucyńska 7.